RESTAURANT · LOCAL LIFE MARKETING

餐饮本地生活营销实战拆解

团购的两种活法
"比出来" vs "造出来"

大表哥

主讲人 / 陈 静

餐饮营销创业第 5 年 · 服务 200+ 餐饮客户



韩文 BGM 循环播放
明日心跳 · 한국어 버전 · 已嵌入附件
↓ 打开 PDF 附件即可聆听（循环）

CONTENTS

目录

01
底层逻辑

比出来 vs 造出来

02
抖音三阶段

养人群再收割

03
美团运营

盯竞对 · 控 ROI

04
金句 + 行动

一图速记

大表哥

01

PART ONE

底层逻辑

CORE THESIS

同样一笔团购交易

美团 = 比出来的
抖音 = 造出来的

一个是输在排位 · 一个是输在画面

大表哥

01 · 底层逻辑

美团：比出来的

顾客带需求 · 商家抢排位

✓ 用户行为：主动搜索

带着明确消费目的 · 货比三家 · 看销量 / 好评 / 榜单

✓ 比的是什么：排位入场券

排名 = 流量 · 口碑 = 转化的临门一脚

✓ 商家输在哪里：排位

不是产品差 · 是搜不到 · 排不进头部

"健身小白进店直接要蛋白粉——搜得到才轮到比较。"



大表哥

01 · 底层逻辑

抖音：造出来的

顾客没需求 · 商家造场景

✓ 用户行为：被内容激发

本来没消费欲 · 被场景画面种草 · 产生即时需求

✓ 比的是什么：内容永动

多轮触达 · 场景共鸣 · 看到的瞬间就想下单

✓ 商家输在哪里：画面

没有 " 被打动 " 的瞬间 · 团购再便宜也撬不动

" 被种草 → 减脂博主 → 蛋白粉下单——需求是被造出来的。 "



大表哥

02

PART TWO

抖音三阶段

METHODOLOGY

先养人群
再收割转化

大长哥

三阶段模型

① 搞曝光 | ② 做触达 | ③ 放券收割

"做生意，压根没那么简单。"

02 · 抖音三阶段

① 搞曝光

EXPOSURE · 混脸熟阶段

大表哥

TACTICS

联合本地流量博主 · 拍爆款内容

- 用 " 人物关系 " 制造共鸣
- 不提价格 / 不提优惠
- 投 " 抖加 " 做全城大曝光

阶段目标

让 80% 目标用户 " 先刷到过 "



02 · 抖音三阶段

② 做触达

REACH · 截流高客单

木表哥

TACTICS

蓝 V + 店员矩阵 · 发日常 Vlo

· 展示产品 / 场景 / 出餐过程
· 仍不主推优惠 / 仍不卖团购
· 盯 " 进店人数 " 指标 · 先截流单点散客

KEY METRIC

5+

次 / 触达

第一遍刷到直接买的人

实在 · 太 · 少

阶段目标

高客单用户 " 被种草 · 自然到店 "

③ 放券收割

HARVEST · 多阶梯释放

大表哥

TACTICS

人群沉淀充分后 · 释放低价团购

· 拼团 / 多选一套餐
· 生日宴 / 家庭聚会等增值服务
· 多阶梯 · 分批次 · 转化观望人群

阶段目标

"所见即所得" · 锁客 · 复购



03

PART THREE
美团运营抓手

OPERATION

精准意向 · 流量稀缺
赢在 ROI 颗粒度

大表哥

一次点击成本 ≥ 1 元

排位赛只有头部精英能吃肉 · 流量成本日益稀缺



03 · 美团运营抓手

美团三板斧

盯竞对 · 补短板 · 控投产比

STEP 01

打开「美团经营宝」 · 流失去向分析

锁定最大竞对 · 横向对比差评 / 优势

STEP 02

补短板 · 放长板

对方差评你做好 · 对方弱项你放大

STEP 03

严控 ROI · 精准时段投放

团购改价自由度高 · 只在高频时段集中投

04 · 核心金句 + 行动清单

一图速记

KEY QUOTES

① 美团 = 比出来的 ② 抖音 = 造出来的
③ 输在排位 ≠ 输在画面
④ 5+ 次触达才有机会转化
⑤ 知道场景 ≠ 利用场景

大表哥

REAL CASE · 二线城市「漂亮饭」餐厅

100 万

开业首月真实营业额

其中 **60 万** 来自抖音核销



NEXT STEP

先诊断：你卖不好的是排位 · 还是画面？